C'EST PRATIQUE

Pour bénéficier de l'effet volume, il est préférable de travailler avec des entreprises possédant les mêmes problématiques et évoluant dans le même secteur d'activité.

Mutualiser ses achats, c'est malin et efficace !

PME-PMI, pour réaliser des économies, achetez à plusieurs ! À la clé, des gains à tous les échelons. Mode d'emploi pour constituer un groupement d'achat.

En raison de faibles volumes de consommation, d'un manque de notoriété et de peu de temps, les TPE-PME-PMI n'ont pas le même poids que les grands groupes pour bénéficier de tarifs attractifs sur leurs achats. Pourtant, la maîtrise des consommations est une composante essentielle de la performance. La solution ? Acheter à plusieurs.

1 Bien choisir ses partenaires

Pour bénéficier de l'effet volume, il convient de travailler avec des entreprises possédant les mêmes problématiques et évoluant dans le même secteur d'activité. Et afin d'éviter de se retrouver face à de potentiels concurrents, à qui l'on ne souhaite pas dévoiler les produits achetés, le choix doit se porter sur des PME ayant besoin des mêmes matières premières ou services mais évoluant sur un secteur d'activité différent. Dés lors, autant cibler des entreprises en qui l'on a confiance ou que l'on côtoie au sein d'une association, d'un syndicat professionnel ou encore d'un centre technique.

ENQUÊTE

D'après une enquête réalisée par le groupement Novalto, les dirigeants de PME sont persuadés de tirer de la mutualisation des achats deux bénéfices majeurs : la réduction des budgets (84 %) et un gain de temps (53 %). 90 % d'entre eux espèrent jusqu'à 15 % de diminution de leurs coûts.

2 Cerner les cibles

Certains postes sont plus faciles que d'autres à mutualiser : les frais généraux, les contrats de téléphonie, la flotte de véhicules d'entreprise ou le parc informatique. Chaque entité doit néanmoins afficher une réelle connaissance de ses besoins et des références consommées en interne, avec les spécifications techniques, les conditions d'utilisation, leur fréquence de livraison… Cette démarche de sourcing d'information est nécessaire pour faire le tri parmi les fournisseurs communs ou pour renoncer à certaines caractéristiques afin de déboucher sur une demande plus standard convenant à l'ensemble du groupe d'acheteurs.

3 Déterminer une forme juridique

Une fois les partenaires sélectionnés et les produits ciblés, le mode de fonctionnement du groupement doit être arrêté. Premier choix, l'association peut constituer la structure juridique d'un groupement d'achat. Elle a pour avantages la souplesse dans la rédaction de ses statuts et un faible coût de fonctionnement. Toutefois, son faible niveau de solvabilité peut être considéré comme peu rassurant pour les fournisseurs référencés. Autre solution, le Groupement d'intérêt économique (GIE), dont l'objectif est la mise en œuvre de tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, même s'il présente un lourd inconvénient : chaque membre est tenu individuellement des dettes que le groupement contracte avec les tiers.
Enfin, la Société à responsabilité limitée (SARL) ou la Société par actions simplifiée (SAS) offrent de nombreux avantages, tels que la faiblesse du capital, la limitation de responsabilité des associés, le contrôle de la cession des parts.

4 Répartir les tâches

Il est important que chaque membre du groupement soit chargé d'un suivi de portefeuille (téléphonie, transport, matière première…). Une organisation qui permet à chacun de s'impliquer et d'alléger la charge de travail en se concentrant sur une famille de produits. Ensuite, les PME membres passent leur commande à la personne ressource. Au préalable, chaque partenaire doit autoriser un tiers à gérer un contrat en son nom.

5 Faire vivre le groupement

Il ne s'agit pas de définir une fois pour toutes les achats à mettre en commun et de laisser le responsable se débrouiller. Des réunions doivent être organisées deux à trois fois par an pour évoquer la stratégie du groupement. Ces rencontres ne remplacent pas les échanges réguliers par mail ou téléphone permettant de traiter les écueils d'organisation ou les dérapages des fournisseurs.